**RINGKASAN**

Penelitian ini berjudul **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINESHOP**. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada beberapa faktor-faktor kebutuhan yang harus dipenuhi oleh pemilik *onlineshop* @Barbiezhaa dalam pemilihan dan pemanfaatan media sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa faktor kebutuhan dari pemilik *onlineshop* @Barbiezhaa di Cianjur-Jawa Barat yang memilih memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi untuk memenuhi kebutuhan dalam bisnisnya serta untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna media sosial Instagram dalam memenuhi kebutuhannya dalam hal berbelanja secara *online*.

 Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif kualitatif, dan peneliti menggunakan *teori Uses and Gratification* dimana dalam penelitian menekankan kepada bagaimana seseorang yaitu disini pemilik *onlineshop* @Barbiezhaa memilih media yang dianggapnya mampu memenuhi kebutuhan sebagai penunjang bisnisnya.

Hasil dari penelitian ini yaitu pemilik *onlineshop* @Barbiezhaa memilih memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi karena di dasari oleh beberapa faktor kebutuhan yaitu, kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan. Instagram menjadi salah satu media sosial yang cocok digunakan untuk berbisnis *online* pada saat ini, dikarenakan target pasar yang dituju pebisnis aktif dalam media sosial ini.

Rekomendasi yang ingin disampaikan oleh peneliti untuk para pemilik bisnis khususnya pemilik *onlineshop* @Barbiezhaa yaitu untuk lebih mengerti kebutuhan pasar, menjadi pebisnis yang kreatif dan inovatif juga bijak dalam memilih juga memanfaatkan media untuk sarana promosinya.